

المسئولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية:

حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية

صالح السحيباني

شركة الراجحي للخدمات المالية – المملكة العربية السعودية

E-mail: alsuhaibanis@arfs.com

المؤتمر الدولي حول " القطاع الخاص في التنمية: تقييم واستشراف "

(23-25 مارس 2009 ، بيروت ، الجمهورية اللبنانية)

"المسئولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية: حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية"

صالح السحيباني

أولاً- مقدمة :

إن مناقشة الدور الاجتماعي للمنظمة وطبيعة البيئة التي تعمل فيها من المواضيع التي أثارت جدلاً كبيراً في الأوساط العلمية والأكاديمية وكذلك بالنسبة لرجال الأعمال حيث ن تطور المجتمعات وظهور الحاجات المتجددة فيها تتطلب القيام بالأعمال في إطار منظمات مختلفة لتحقيق هذا التطور من خلال تلبية تلك الحاجات المتجددة. من جهة أخرى، فإن تطور الأعمال مرتبط بشكل كبير بقدرة هذه المجتمعات على توفير المتطلبات الأساسية التي ساهمت بظهور المبادرات الفردية والجماعية وعلى بناء الأعمال في هذه المجتمعات، وهكذا يبدو منطقياً القول بأن وجود مجتمعات متطورة مرتبط بوجود أعمال متطورة والعكس صحيح (الغالبي والعامري، 2002) .

وتمتد جذور المسئولية الاجتماعية إلى عمق تاريخي ليس بالقليل، وهي مرتبطة بتطور الفكر الإداري والانعكاسات المختلفة التي طرأت عليه، إذ تأثرت المسئولية الاجتماعية بالعديد من المتغيرات التي أدت إلى تعزيز قبولها في حيز الواقع أو إلى انحسارها، أو حتى تجاهلها في بعض الحالات تبعاً إلى أسباب كثيرة من أبرزها طبيعة البيئة المحيطة بالمنظمة والتي تعمل فيها، وما ساد من فهم متباين للمسؤولية الاجتماعية لدى مديري المنظمات (البكري والديوه جي، 2001) .

كشفت نتائج البحوث والدراسات أن المسئولية الاجتماعية تعتبر من القضايا الأكثر أهمية وتحديا للمنظمات في هذه الأيام، ولعل ذلك ينطبق على جميع المنظمات بما فيها الشركات الكبرى، وهي موضوع الدراسة الحالية والتي تجرى على الشركات في المملكة العربية السعودية، أضف لذلك أنه لم يعد تقييم شركات القطاع الخاص يعتمد على ربحيتها فحسب، ولم تعد تلك الشركات تعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية عبر أنحاء العالم. وكان من أبرز هذه المفاهيم مفهوم "المسئولية الاجتماعية للشركات" . من هنا جاء هذا البحث لتناول المسئولية الاجتماعية للشركات السعودية، نظراً لضرورة الموضوع وأهميته على الساحة السعودية.

وبعد ، تهدف هذه الورقة إلى التعرف على مدى تبني الشركات في المملكة العربية السعودية لمفهوم المسئولية الاجتماعية، والتعرف على تأثيرات المسئولية الاجتماعية للشركات على المجتمع السعودي، والتعرف على المسئولية الاجتماعية للشركات ودورها في محاربة الفقر وتحقيق التنمية في المجتمع السعودي.

ولأغراض تحقيق هذه الأهداف تمّ اتباع منهجين هما أولاً المنهج الوصفي والذي يعتمد على وصف المفاهيم الواردة في الدراسة وصفاً علمياً دقيقاً، بهدف تحديد ملامحها وصفاتها الخاصة بها تمهيداً لتحليلها، بمعنى أن عملية الوصول إلى النتائج في هذا البحث قد تمت وفقاً لتسلسل منطقي ابتداءً من وصف العلاقة القائمة بين المفاهيم الأساسية في هذه الدراسة، وثانياً المنهج التحليلي التقييمي والذي يعتمد على تحليل العلاقات التي تم وصفها بناءً على المنهج السابق ومن ثم بيان النتائج بصورتها الواقعية سواءً كانت سلبية أم ايجابية، ومن ثم تقييم ما افرزه التحليل للعلاقات بين المفاهيم الأساسية في هذا البحث من اجل الخروج بالتوصيات الملائمة.

وبعد تشتمل بقية هذه الورقة على أربعة أقسام تعني على التوالي بظهور مفهوم المسئولية الاجتماعية للشركات، والدور التنموي للشركات، وتطبيقات ونماذج من السعودية، وخاتمة.

ثانياً – ظهور المسئولية الاجتماعية وبناء جسور المشاركة مع المجتمع :

تطلعت كافة الدول المتقدمة والنامية أيضا في العصر الحديث إلي وضع استراتيجيات يرتكز عليها النمو الاقتصادي للمجتمع المحلي والدولي، ومن هنا ظهرت وتطورت مجموعة من التطلعات والحوافر التي من شأنها أن تساعد على زيادة دمج ومشاركة الشركات في المسئولية الاجتماعية، ولم يعد تقييم شركات القطاع الخاص يعتمد على ربحيتها فحسب، ولم تعد تلك الشركات تعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية عبر أنحاء العالم.

2-1. مفهوم المسئولية الاجتماعية للشركات :

لم يكن مفهوم المسئولية الاجتماعية في النصف الأول من القرن العشرين معروفا بشكل واضح، حيث تحاول المنشآت جاهدة تعظيم أرباحها وبشتى الوسائل، ولكن مع النقد المستمر الحاصل لمفهوم تعظيم الأرباح فقد ظهرت بوادر لأن تتبنى المنشآت دورا أكبر تجاه البيئة التي تعمل فيها .

وفي هذا الإطار فقد عرف (Drucker, 1977) المسؤولية الاجتماعية بأنها :" التزام المنشأة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه"، وقد شكل هذا التعريف حجر الزاوية للدراسات اللاحقة وفتح الباب واسعا لدراسة هذا الموضوع باتجاهات مختلفة

.

كما تم تعريفها بأنها: " طريقة تنظر فيها المنشآت في تأثير عملياتها في المجتمع وتؤكد مبادئها وقيمها في أساليبها وعملياتها الداخلية وفي تفاعلها مع قطاعات أخرى" (مكتب العمل الدولي، 2006) .

عرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسئولية الاجتماعية بأنها: "الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل" (http://www.wbcsd.org) .

وعرف البنك الدولي المسئولية الاجتماعية لمنشآت القطاع الخاص بأنها "التزام بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيها والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة والتنمية في آنٍ واحد" .

وتم تعريف مصطلح المسئولية الاجتماعية للشركات على انه "مفهوم المنظمات التي تشجع على النظر في مصالح المجتمع من خلال تحمل المسئولية عن تأثير أنشطة المنظمة على الزبائن والموظفين والمساهمين والمجتمعات والبيئة في جميع جوانب عملياته، وهذا الالتزام يدفع إلى الامتثال لأحكام التشريعات، وترى المنظمات طوعا اتخاذ المزيد من الخطوات لتحسين نوعية الحياة للعاملين وأسرهم فضلا عن المجتمع المحلي والمجتمع ككل" (http://ar.wikipedia.org) .

كما تم تعريفها بأنها: "التزام على منشأة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل حل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها" (Holmes, 1985) .

ويمكن أن يعرفها الباحث إجرائيا لأغراض الدراسة بأنها عبارة عن عقد أخلاقي طوعي تتحقق فيه المنفعة المتبادلة ويبرم بين الشركة (المالكون، المدراء، العاملين) والمجتمع (المستهلكون، الموردون، المجتمع المحلي، المنافسون، البيئة، الحكومة) الذي تعمل فيه بكافة عناصره، حيث يتم بموجب هذا العقد القيام بواجبات من كلا الطرفين للوصول إلى الصالح العام وتحقيق التنمية لكليهما .

بالنظر إلى التعريفات السابقة يمكن القول أنه حتى وقتنا الراهن، لم يتم تعريف مفهوم المسئولية الاجتماعية بشكل محدد وقاطع يكتسب بموجبه قوة إلزام قانونية وطنية أو دولية، ولا تزال هذه المسئولية في جوهرها أدبية ومعنوية، أي إنها تستمد قوتها وقبولها وانتشارها من طبيعتها الطوعية الاختيارية. ومن هنا فقد تعددت صور المبادرات والفعاليات بحسب طبيعة البيئة المحيطة، ونطاق نشاط الشركة وأشكاله، وما تتمتع به كل شركة من قدرة مالية وبشرية. وهذه المسئولية بطبيعتها ليست جامدة، بل لها الصفة الديناميكية والواقعية وتتصف بالتطور المستمر كي تتواءم بسرعة وفق مصالحها وبحسب المتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية.

2-2. **ظهور المسئولية الاجتماعية**:

فرضت مسألة المسئولية الاجتماعية للشركات نفسها عنوة مؤخراً في محيط العلاقات الاقتصادية سواء الوطنية منها أو الدولية. فمن ناحية، أثارت ردود أفعال المناهضين للعولمة، منذ منتصف التسعينات، وخاصة بعد قيام منظمة التجارة العالمية، الصدى العميق لدى الشركات المتعددة الجنسيات العملاقة حول دورها ومسؤولياتها الجديدة في مواجهة تنامي ظاهرة الفقر والإفقار في العالم، نتيجة التطبيقات الصارمة لتحرير التجارة الدولية. ومن ناحية ثانية، فقد قامت منظمات دولية غير حكومية- مثل المنظمة الدولية لأصحاب الأعمال التي تضم 137 اتحاد فيدرالي وطني لأصحاب الأعمال في 133 دولة- بتقييم أنشطة أعضاءها والتدقيق في مواثيق إنشاءها لتذكيرهم بمسؤولياتهم الأساسية كممثلين للقطاع الخاص وكرموز لاقتصاديات السوق في عصر العولمة.

ومما أضفى على مناقشة هذه المسالة بشكل موسع هو أن موجبات المسئولية الاجتماعية للشركات لا تعني بالضرورة شريحة معينة من الشركات الوطنية والدولية، لأن فلسفة هذه المسئولية مستمدة من طابعها الاختياري المرن والشامل بما يسمح ويشجع كل مؤسسة، أياً كان حجم ونطاق أعمالها، بأن تنتهج ما تراه مناسبا وملائما من الإجراءات والممارسات وفق إمكاناتها وقدراتها المادية وبما يتجاوب مع حقائق السوق ومقتضياته. فالشركات التجارية والاقتصادية والمالية الوطنية والدولية، على حد سواء، ليست بمؤسسات خيرية وإنما هاجسها الأول هو تحقيق أكبر عائد من الربح على أصحابها. ومن هنا تبلورت فكرة وجوب تذكيرها بمسؤولياتها الاجتماعية والأخلاقية حتى لا يكون تحقيق الربح عائداً عن تشغيل الأطفال والإخلال بالمساواة في الأجور وظروف وشروط العمل. علاوة على ما تقدم، فان ضرورة التزام الشركات بمسؤولياتها الاجتماعية تتعاظم دون أدنى شك في حالة وجود ثغرات في التشريعات الوطنية للدول التي تعمل فيها هذه الشركات، أي عندما لا تنظم مثل هذه التشريعات وتضبط مسائل الحقوق الأساسية المنصوص عليها في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان وإعلان منظمة العمل الدولية بشان المبادئ والحقوق الأساسية للإنسان في العمل وإعلان

وبالنظر تاريخياً من خلال تتبع موضوع "مسؤولية الشركات الاجتماعية"[1] ، نجد أن هذا الموضوع قد طُرح منذ القرن الثامن عشر من خلال بعض الشركات الفردية التي شاركت في عدد من المبادرات التي تعزز مصالح العمال والمجتمع وتحافظ على البيئة. فعلى سبيل المثال، استجابت شركة شرق الهند في عام 1790م لمقاطعة المستهلكين البريطانيين لمنتج السكر الذي يزرع بواسطة العمال الرقيق في حوض الكاريبي، وعوضا عن ذلك قامت الشركة بشراء السكر من منتجين في البنغال. وفي عام 1800م قامت شركة اوكر ليد ببناء مدن في انجلترا للعاملين تضم مدارس ومكتبات ومضخات لإعادة معالجة المياه الناشئة عن الاستعمال الصناعي. شركات أخرى أيضا مثل كاد بوري وراونتريز في المملكة المتحدة، جينيس في ايرلندا وهيرشي في الولايات المتحدة الأمريكية قدمت في القرن التاسع عشر برامج تحوي أبعاد مهمة في المسئولية الاجتماعية. وفي الهند انخرطت شركة حديد تاتا في عدد من الأنشطة الاجتماعية منذ تأسيسها في عام 1909م (Sundra, 1985) .

وفي عام 2005م كانت مسائل الفقر والدين والتغير المناخي والعولمة المتوازنة أهم المواضيع التي تصدَّى لها "المنتدى الاقتصادي العالمي" عند حديثه عن المسئولية الاجتماعية للشركات، إلا أنَّ رئاسة "اتحاد الصناعة البريطانية" اشتكت قائلة: "إنَّ البندول يضرب بعيداً جداً لصالح المنظمات غير الحكومية، فالمنتدى الاقتصادي العالمي يستسلم لها . لقد اختُطِفَ دايفوس من قبل هؤلاء الذين يريدون للأعمال (الشركات) أن تقدم الاعتذار عن نفسها" (www.guardian.co.uk) .

2-3. الميثاق العالمي للمسئولية الاجتماعية :

تم في عام 1999م الاقتراح الأولي للميثاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية من قبل الأمين العام للأمم المتحدة السيد كوفي عنان في خطابه أمام المنتدى الاقتصادي العالمي، في حين أطلق الميثاق بمرحلته النهائية في مقر الأمم المتحدة في نيويورك في 26 يوليو (تموز) 2000م، وهو عبارة عن مبادرة مواطنة طوعية متعلقة بالشركات بعرض تسهيلاً وتعهداً من خلال عدة آليات (سياسة الحوار، المعرفة، شبكات محلية ومشاريع الشراكة)، ويعتمد هذا الميثاق على المسئولية الاجتماعية العامة بما في ذلك شفافية الشركات والقوى العاملة والمجتمع المدني للبدء والمشاركة في الأداء الجوهري المتعلق بمتابعة المبادئ المستند عليها الميثاق، وهذه المبادئ هي:

---

[1] ترجمة : Corporate Social Responsibility, CSR .

- **حقوق الإنسان:**
  - على منظمات الأعمال أن تدعم وتحترم حقوق الإنسان المعلنة عالمياً .
  - التأكد من أنها ليست متواطئة في أي انتهاك لحقوق الإنسان.

- **العمل:**
  - الإلغاء الفعلي لعمالة الأطفال.
  - إزالة التمييز فيما يتعلق بالتوظيف والموظفين.
  - إزالة كل أشكال العنف والعمل الإجباري.

- **البيئة:**
  - تشجيع تطوير وانتشار التقنيات الملائمة للبيئة.
  - تولي المبادرات من اجل ترويج أكبر للمسؤولية البيئية.
  - على منظمات الأعمال أن تدعم الطريقة الوقائية للتحديات البيئية.

- **محاربة الفساد:**
  - على منظمات الأعمال أن تعمل ضد كل أشكال الفساد بما فيها الرشوة والابتزاز (Sharma & Talwar, 2005) .

2-4. **نطاق المسئولية الاجتماعية** :

تساهم الشركات والمؤسسات الخاصة في تفعيل المسئولية الاجتماعية من خلال عدة جوانب أهمها:

- **الجانب الثقافي:**
  - دعم التطور الثقافي والحضاري.
  - نشر ثقافة الالتزام بالأنظمة والقوانين في المجتمع.
  - تعزيز الثقافة الوطنية والتاريخية.
  - التواصل الثقافي العالمي.

- **الجانب الاجتماعي:**
  - احترام الأنظمة والقوانين والثقافات المختلفة.

- تعزيز القيم الأخلاقية والتكافل الاجتماعي.
- مواجهة الكوارث والأزمات.
- دعم الأنشطة الرياضية والصحية.

- **الجانب البيئي:**
  - الممارسات البيئية الصحيحة في العملية الإنتاجية.
  - تطوير بيئة العمل.
  - الالتزام البيئي على المستوى المحلي والعالمي ISO 1400.

- **الجانب الاقتصادي:**
  - دعم الأنشطة الاقتصادية الاجتماعية.
  - الالتزام بالأنظمة والقوانين في ممارسة العملية الاقتصادية "الجانب الأخلاقي".
  - الاهتمام بالموظفين من خلال تدريبهم وتطويرهم والتعامل معهم من خلال مبدأ تكافئ الفرص والمساواة.

- **الجانب القانوني:**
  - الالتزام بالقوانين المحلية والوطنية أثناء ممارسة النشاط الاقتصادي.
  - مراعاة القوانين العالمية والدولية.
  - الشفافية في نشر الأنظمة والقوانين العالمية والدولية للإطلاع عليها من قبل جميع الموظفين والجهات القانونية الأخرى (بومطيع، 2008).

2-5. اتجاهات المسئولية الاجتماعية :

يمكن نشر المسئولية الاجتماعية للشركات من خلال ثلاثة اتجاهات كما يلي:-

(أ) **المساهمة المجتمعية التطوعية:** ويلقى هذا المجال معظم الاهتمام في الدول التي يكون فيها الحوار حول المسئولية الاجتماعية للشركات حديثا نسبيا، ومن الممكن أن يتضمن ذلك الهبات الخيرية وبرامج التطوع والاستثمارات المجتمعية طويلة الأمد في الصحة أو التعليم أو المبادرات الأخرى ذات المردود المجتمعي. ويلتزم عدد من الشركات المتعددة الجنسيات بالتبرع بنسبة 1% من أرباحها قبل خصم الضرائب لخدمة القضايا المجتمعية، كما

(ب) **العمليات الجوهرية للأعمال وسلسلة القيمة:** غالبا ما تكون رؤية وقيادة الأفراد والمنظمات الوسيطة ضرورية لإدخال المسئولية الاجتماعية للشركات. وتستطيع أي شركة من خلال التفاعل النشط مع موظفيها تحسين الظروف والأوضاع وتعظيم فرص التنمية المهنية، ومن ذلك تطبيق إجراءات لتقليل استهلاك الطاقة والمخلفات، وتستطيع الشركات أن تكفل صدق وسهولة الاتصالات مع عملائها، ومن ناحية تأثيراتها غير المباشرة عبر سلسلة القيمة ومواثيق الشرف في تدبير الاحتياجات وبرامج بناء القدرات، وتستطيع الشركات مساعدة مورديها وموزعيها على تحسين أداء قوة العمل والحد من الضرر البيئي.

(ت) **حشد التأييد المؤسسي وحوار السياسات والبناء المؤسسي:** على الصعيد الداخلي تضع قيادات المسئولية الاجتماعية للشركات الرؤية وتهيئ المناخ العام الذي يمكن العاملين من تحقيق التوازن المسئول بين المتطلبات المتعارضة لزيادة الأرباح والمبادئ، أما على الصعيد الخارجي فإن كثيرا من رؤساء مجالس الإدارات وكبار المديرين يقودون مشاركة الأعمال في قضايا التنمية بمفهومها الأوسع ويؤيدون المبادرات الخاصة بالصناعة وغيرها من المبادرات (الأسرج، 2005) .

ثالثاً – الدور التنموي للشركات :

3-1. التنمية المستدامة الذاتية للمجتمع :

وفقا لتعريف مجلس الأعمال العالمي للمسؤولية الاجتماعية المشار إليه سابقا، يمكن أن نجمل عناصر التنمية المستدامة للمجتمع في النقاط التالية:

- التأكيد على بعد تمكين المجتمع المحلي كطرف محوري وأساسي في المشاركة في مشروعات التنمية الحضرية والاقتصادية والإنسانية بمستوياتها المختلفة، وذلك من خلال التركيز على رفع درجة الوعي العام بهذه المشاركة.

- توسيع دور الأطراف الثانوية في عملية المشاركة كوسيلة لدعم دور الأطراف ذات القوة النسبية المحدودة (المجتمع المحلي على سبيل المثال) . ومن هذه الأطراف الثانوية الجامعات ومراكز البحوث التي يمكن أن تسهم في

- الدفع المستمر في اتجاه التحول من المركزية إلى اللامركزية وتفويض الصلاحيات من المستوى المركزي إلى المستوى المحلي حتى في ظل الأطراف القانونية القائمة.

- التركيز على تنمية ثقافة الحوار كأهم الآليات لتحقيق المشاركة المجتمعية، ودعمها كعنصر أساسي في كل برامج بناء القدرات المحلية.

2-3. **المسئولية الاجتماعية والدور التنموي** :

يتزايد الأمل والترقب لدى المستهلكين ولدى الموظفين والمديرين العاملين بالشركات، ولاسيما الكبيرة منها والمتعددة الجنسيات، في أن تتجاوز هذه الشركات دورها التقليدي المتمثل في الابتكار، والإنتاج والتعبئة والبيع من أجل تحقيق الربح. ويرى الجمهور أن مجرد خلق الوظائف وسداد الضرائب، لم يعد كافياً كإسهام وحيد يقدمه القطاع الخاص للمجتمع، فازدهار منتجات المشروعات الاستثمارية ذات المسئولية الاجتماعية يشهد على صحة هذا الاتجاه، حيث يبدي المستثمرون قلقهم ويعلنون عن مواقفهم الأخلاقية والاجتماعية للشركات التي يستثمرون فيها ويقومون برعايتها. وتضم الجهات الاستثمارية ذات المسئوليات الاجتماعية الأفراد، الهيئات، والجامعات، والمستشفيات، والمؤسسات، وشركات التأمين، وصناديق المعاشات التقاعدية، والمنظمات غير الهادفة إلى الربح، ودور العبادة. وقد تستبعد استثمارات الصناديق منتجات أو ممارسات بعينها مثل الكحول أو الأسلحة أو المنتجات المسببة للتلوث، أو إجراء التجارب على الحيوانات، أو القمار. أو قد تلجأ إلى التعرف النشط على الجوانب الإيجابية لدى الشركات التي تعتمد سياسات تتسم بالفاعلية من أجل حماية البيئة، وتتبع إجراءات توظيف عادلة، وتبحث في العلاقة بين الأعمال والمجتمع. ويعد استبعاد شركات التبغ القاسم المشترك بين الغالبية العظمى من سياسات الاستثمارات ذات المسئولية الأخلاقية أو الاجتماعية ومن المنتجات المرتبطة بها.

لقد أصبحت الأعمال الخيرية، التي تتميز بالتخطيط والإدارة الجيدة، بدءً من رعاية المهرجانات الثقافية حتى إعداد البرامج التعليمية للفئات المحرومة وحماية البيئة، عنصراً ضرورياً ضمن جميع خطط الأعمال الخاصة بالشركات الكبيرة بشكل واقعي وعملي. وهناك العديد من الأعمال التجارية في قطاعات كثيرة تقيم مشروعات وبرامج تهدف

رابعاً – تطبيقات ونماذج المسئولية الاجتماعية للشركات السعودية :

4-1. أهم المسائل الاجتماعية ومحاور الاهتمام :

انتهجت عدد من الشركات السعودية برامج مختلفة للمسئولية الاجتماعية وعملت على تشجيع موظفيها على المشاركة في تلك المشاريع، حيث وجدت أنه من خلال ذلك يتزايد ولاء الموظفين وترتفع معنوياتهم. وتستحوذ بعض البرامج التي تعملها الشركات على عناوين الصحف ووسائل الإعلام المختلفة مثل أجهزة الكمبيوتر المحمولة التي يجري تطويرها للفصول الدراسية في المناطق النائية. من جهة أخرى، تعمل برامج أخرى في هدوء لتحسين حياة أولئك الذين تصل إليهم.

تعمل شركات ارامكو وشركة سابك معاً لإنشاء عدد من الفصول الدراسية للمدارس في المناطق النائية بالمملكة وليس من المستغرب أن تجد شركات تشارك في أعمال لا علاقة لها في صلب استثمارها .
وقال نائب أول رئيس شركة سيسكو والمدير الإقليمي لشركة أوراكل بالمملكة العربية السعودية والشرق الأوسط إفريقيا: "نحن لا نحدد أنفسنا بمجال عملنا عندما يتعلق الأمر بالمسئولية الاجتماعية على الرغم من أننا نضغط في بعض الأحيان في محاولة لإيجاد فرص عمل للناس ومحو الأمية في قطاع تكنولوجيا المعلومات" .

وفي مجال آخر تسعى شركات سعودية بشكل دءوب ومستمر للمشاركة في المسئولية الاجتماعية خاصة في المجال الصحي ومنها مشروع التبرع بالدم في السعودية، ومن الأمثلة على ذلك حملة تم تنظيمها في السعودية لتشجيع الناس على التبرع بالدم، وتخطط الحملة الآن لتوسيع نطاقها لتضمن انخراط مشتركين رئيسيين في المنطقة. وشاركت أوراكل أيضاً

تعد شركة صافولا إحدى الشركات الرائدة في خدمة المجتمع في المملكة، حيث تعتبر من أوائل الشركات التي انخرطت في المسئولية الاجتماعية وتبنت إستراتيجية محددة في ذلك، وقدمت الشركة عدداً من البرامج منها برنامج "بعد التخرج إلى أين" والذي يهدف إلى تأهيل وتدريب السيدات، برنامج "الأيدي المتحدة" لمساعدة مرضى السكر، برنامج "إبصار" لتأهيل وتدريب المعاقين بصريا، وبرنامج تمويل فحص السمع وتقييم مهارات النطق.

ويشارك مصرف الراجحي في المسئولية الاجتماعية من خلال عدة برامج منها إنشاء عيادة لمكافحة التدخين، توفير أجهزة وسكن للمرضى المحتاجين، برنامج نقل المرضى، برنامج قافلة مكافحة العمى السكري المتنقلة، برنامج تأهيل أبناء الضمان الاجتماعي من خلال تدريبهم ومن ثم توظيفهم في المصرف، بالإضافة إلى مساهمة المصرف في مجال الإسكان الخيري ورعاية الأيتام.

ومن المبادرات اللافتة أيضا مبادرة الغرفة الإسلامية للتجارة والصناعة التي تتركز في ثلاثة مشروعات لإحياء أنظمة وشعائر إسلامية أولها الزكاة، وثانيها الوقف، وثالثا إنشاء اتحاد لأصحاب الأعمال.

مما لاشك فيه أن الشركات السعودية تلعب دوراً وحيوياً، فسمات الجود والكرم متأصلة على مستوى الشركات وأصحاب الأعمال ونحن اليوم في أمس الحاجة إلى جعل هذا الدعم أكثر فاعلية وأقوى تأثيراً حيال القضايا الاجتماعية التنموية، فمواجهة التحديات التنموية تتطلب تأسيس منهج متكامل للتنمية يشمل كل من التنمية الإنسانية والتطور الاجتماعي والمحافظة على البيئة والموجودات الثقافية.

من الملاحظ وجود صحوة أو مبادرة واضحة وملموسة من بعض الشركات التي تسعى بشكل واضح وملموس في المساهمة لمعالجة بعض الآثار الاجتماعية لأنشطتها والمساهمة في تقديم حلول تنموية، فأبعاد المسئولية الاجتماعية تتعدى الالتزام الأخلاقي للشركات تجاه المجتمع لتصل إلى أبعاد إستراتيجية واقتصادية حيث تشير الدلائل إلى وجود علاقة وطيدة ومترابطة بقوة بين صحة المجتمع ونجاح قطاع المال والأعمال.

على الرغم من تباين أساليب المسئولية الاجتماعية، إلا أنه في النهاية النتيجة واحدة وهي في سبيل المشاركة الاجتماعية لهذه الشركات والمنظمات والمبادرات التي تقوم بها طبقة الرأسمالية ورجال المال والأعمال. وقد ركزت

4-2. **تقييم آثار النماذج التطبيقية للمسئولية الاجتماعية للشركات** :

يجب أن نضع في الاعتبار أن مساهمة الجهات المتخصصة في خلق مبادرات لترسيخ معنى ومفهوم المسئولية الاجتماعية لدى الشركات يمثل المفصل الرئيسي والمحوري في مستقبل عملية المسئولية الاجتماعية للشركات وعلى الصعيد المحلي الداخلي (لقطاع الشركة أو الشركات) والصعيد الخارجي أيضا (لبيئة المجتمع التنموي) .

(أ) نماذج تطبيقية للانتقال من التبرع إلى العطاء الذكي:

تود العديد من الشركات أن تواصل منح التبرعات لقضايا قيمة وتستحق العطاء بنظرها، لذا فان اعتماد منهجية أكثر نظامية لتحديد أولويات القضايا الاجتماعية مع التركيز على النتائج الآجلة قد يكون أكثر فعالية في حل التحديات التنموية وإحداث التأثيرات الايجابية، لذا فان هذا المفهوم من العطاء الذكي ليس جديدا على مجتمع المملكة العربية السعودية ومن هذه النماذج مركز الأمير سلمان لأبحاث الإعاقة، الذي أسسه صاحب السمو الملكي الأمير سلمان بن عبد العزيز بدعم العديد من الشركات والأفراد، وما يجعل هذا المركز مميزاً هو الطريقة التي يعالج فيها مسائل الإعاقة، فبدلا من أن يلبي حاجات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة فقط، فانه يطمح إلى تأمين معرفة جديدة وتفاهم بشأن التنمية الإنسانية ومظاهر الإعاقة وإحداث أثر دائم ليس فقط على المستوى المحلي وإنما أيضا على المستوى الدولي، وبهذا يكون قادراً على تفادي الإعاقة ومعالجتها بطريقة متكاملة.

(ب) تحفيز القدرات والابتكار لدى الجانب المتلقي:

يلاحظ توفر الفرصة للجميع وبالأخص لدى الشركات وذلك من خلال المسئولية الاجتماعية لتحسين الإنتاجية لدى الجانب المتلقي من جمعيات ومنظمات، وهذا أمر مهم ولاسيما في المملكة العربية السعودية، التي تشهد غيابا ملحوظا للمنظمات غير الحكومية القادرة على العمل بفاعلية في المجال الاجتماعي، ويمتد هذا النظام العملي للمحاور التي يعتمد عليها الاستثمار وتطوير القدرات كما فعل هذه التجربة نظام مجموعة شركات الحمراني، ويمكن للشركات أن تعزز القدرات داخل القطاع من خلال ما تحدده من متطلبات لمساهمتها الاجتماعية.

وهناك أمثلة متعددة ومختلفة منها على سبيل المثال وليس الحصر:

(أ) التمويل بناء على النتائج فبدل من التبرع العشوائي والغير مدروس تقوم مبادرة من الشركة أو القطاع مرتكزة على المجالات ذات الاولوية بدعم عروض تطبيقية توضح النتائج.

(ب)التبرع الموجه وهذا الأمر يولد ضغطاً على الجهات المتلقية لذلك التبرع لتكون أكثر تنظيما وابتكاراً باعتماد حلول منهجية وتحديد أدوات القياس.

(ت)الاستثمار المسئول ويمكن اعتبار الشركات والمصارف الإسلامية كنموذج ومقياس لهذا النوع من الاستراتيجيات.

(ث)الاهتمام بالمسائل الاجتماعية التي تؤثر على التنافسية، وهنا ترتكز المسئولية الاجتماعية على المسائل الاجتماعية في المحيط الخارجي للشركة التي تؤثر على التنافسية في الأسواق التي تعمل فيها الشركة، وتتضمن الأمثلة كفالة تأمين اليد العاملة المؤهلة في مجال عمل الشركات وتعزيز قدرات الزبائن ودعم البنى التحتية في محيط العمل ودراسة المؤثرات الاجتماعية للعمل والمخاطر ومعالجتها.

(ج) النماذج التعاونية:

من الممكن أن تكون النماذج التعاونية فعالة لمعالجة المسائل الاجتماعية شرط أن تندرج ضمن خطط طويلة الأمد وواضحة المعالم والأهداف لتحديد مدى فعالية تلك المشاريع في المجتمع ولذلك فإن بعض المسائل يكون من الأفضل طرحها من خلال شركات القطاع الواحد على مستوى القطاعات المختلفة في حين يستحسن ترك بعض القضايا للجهات الحكومية أو المنظمات الأهلية، ويمثل ذلك التجربة على النموذج التعاوني العديد من الشركات الوطنية السعودية ومنها شركة صالح وأبا حسين المحدودة وشركة الصحراء للبتر وكيماويات.

أما أبرز المسائل المثارة في هذا الشأن فهي أن الأفكار والمشاريع يجب أن توضع في خطط طويلة الأمد مع أهداف واضحة لشأن مدى فعالية تلك المشاريع على المجتمع، أما على المستوى الوطني فقد اقترح البعض أن يكون هناك قنوات لتقاسم المعلومات وتبادل الخبرات بين شركات قطاع المال والأعمال بشأن مشاريعهما الاجتماعية لتفادي ازدواجية الجهود والوصول إلى عمل تكاملي.

كما تعتبر الشراكة بين القطاعين الخاص والعام مهمة جدا من أجل تحقيق فعالية أكبر وعلى نطاق أوسع، ومنها على سبيل المثال مبادرة الحاسب المنزلي التي قامت بها هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات بالشراكة مع القطاع الخاص لتعزيز انتشار استخدام الحاسب الآلي في المملكة، حيث كان الهدف من هذه المبادرة هو زيادة عدد مستخدمي الحاسب الآلي بحوالي مليون مستخدم بحلول عام 2008م، واشتمل القطاع الخاص على الشركات ذات العلاقة المباشرة وغير المباشرة بالتقنية، ومنها على سبيل المثال مزودي خدمات الانترنت مثل شركة إنتل العالمية وكذلك شركة مايكروسوفت وأيضا شركة اتش بي ومراكز التدريب وشركة الاتصالات السعودية والبنك الأهلي التجاري ومجموعة الملز للتقنية.

تظهر استفادة القطاعات الحكومية من دور القطاع الخاص في أولويات القضايا الاجتماعية والبيئية في البلاد، وإن تشجيع ودعم الالتزام الاستباقي للقطاع الخاص هو خيار أقل كلفة في حال وضع الحوافز في مكانها الصحيح، ولكن تفعيل الحوافز ليس مهمة سهلة فما يسري في بلدان أخرى قد ل لا ينطبق على الإطار السعودي، وتبرز الحاجة إلى قراءات متأنية لتحديد إطار العمل ووضع الحوافز الملائمة.

4-3. ملاحظات حول النماذج التطبيقية للمسئولية الاجتماعية السعودية :

- من الملاحظ إننا لم نستوف حتى 10% من أبعاد المفهوم العالمي المنشأ، وبإمكان القطاع الخاص من خلال برامج مستمرة بالتنسيق مع فروع البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة وبإشراف منظمات المجتمع المدني تحقيق المزيد للتنمية عبر تلمس الحاجات الاجتماعية خاصة للشرائح المهمشة.

- ومن الملاحظ أيضا أن جهود القطاع الخاص لابد أن تتجه إلى شرائح مجتمعية معينة كالطفل والمرأة، لاسيما الأرامل والمطلقات منهن وعددهن يبلغ نحو 360 ألفا، وكذلك كبار السن والمتقاعدين وهؤلاء يشكلون نحو 3% من نسيج المجتمع وأغلبهم من منخفضي الدخل أو معدميه. واقترح أن تتوفر برامج للعطاءات يتم مراقبتها كي تستمر بشكل متواصل وألا تقتصر فقط على تقديم الشيكات والأموال، بل إنشاء أو دعم مؤسسات المجتمع المدني القائمة التي تعتني بقضايا الطفولة والعنف الأسري واستغلال الأطفال وغيرها من القضايا التي تثير مسؤولية تجاه المجتمع.

خامساً – الخاتمة والنتائج والتوصيات :

يمكن تلخيص أهم النتائج التي تمّ التوصل إليها فيما يلي :

- ضعف محفزات السوق للمسئولية الاجتماعية للشركات تبدو ضعيفة في المملكة العربية السعودية، حيث أن هناك غياب واضح لآليات واستراتيجيات المسئولية الاجتماعية داخل غالبية الشركات التي تساهم وتشارك في

- ضعف الاهتمام الحكومي والشعبي بقضايا البيئة ويقابل ذلك غياب كبير لمبادرات القطاع الخاص حيال ذلك.

- الاهتمام المتأخر للشركات السعودية بالمسئولية الاجتماعية، حيث يلاحظ أن معظم الشركات السعودية بدأت في أنشطتها الاجتماعية اعتبارا من عام 2005م.

- محدودية الأنشطة التي تمارسها الشركات السعودية في مجال خدمة المجتمع، وتركيزها على مجالات محددة.

- عدم نشر وسائل الإعلام للمساهمات التي تقوم بها الشركات السعودية في المسئولية الاجتماعية أدى إلى إعطاء انطباع داخل المجتمع السعودي بأن الشركات السعودية لا تقوم بدورها في هذا المجال الحيوي والخدمي.

- غياب التقييم والدراسات المتخصصة عن تأثير البيئة والمجتمع على قطاع الأعمال، لذا فإن تضمين المسئولية الاجتماعية في استراتيجيات الشركات سوف يكون محدوداً.

وبعد، تسعى المملكة العربية السعودية دائما بخططها الإستراتيجية ومبادئها وقوانينها، المستمدة من الشريعة الإسلامية، إلى إيجاد الضوابط والقوانين التي تنظم العلاقة بين الشركات وبعضها وكذلك طريقة عملها وإدارتها للخوض والغوص داخل مجتمعنا المحلي للمشاركة في المسئولية الاجتماعية في المجتمع، ومن الأمثلة السعودية على ذلك: صندوق المسئولية الاجتماعية لسوق المملكة العربية السعودية للأوراق المالية الذي أطلق خلال النصف الأول من العام 2006 برؤية إستراتيجية تهدف إلى خدمة المجتمع السعودي من خلال عدد من المشروعات بنواحٍ مختلفة، وصندوق المسئولية الاجتماعية لمجموعة الاتصالات السعودية، وكذلك الحال بالنسبة لشركة ارامكو السعودية وهيئة سوق المال السعودي للتنمية والاستثمار.

وعلى صعيد آخر، قامت شركات أخرى خاصة بتمويل قسم نقل الدم في المركز الوطني لأمراض الدم، وساهمت بتبرع سخي لافتتاح مركز السموم والمعلومات الدوائية في جامعة الملك سعود، كما قامت مجموعة شركات أخرى مساهمة بدعم جمعية أصدقاء الكفيف. وبالنسبة إلى صندوق المسئولية الاجتماعية لمجموعة الاتصالات السعودية، فقد حظيت قطاعات التعليم والثقافة والصحة ب 75% من إجمالي الدعم الذي وفره الصندوق للعام 2005 والذي قارب 1.2 مليون ريال، حيث كانت نسبة الدعم لقطاع التعليم حوالي 31%، بينما كانت نسبة قطاع الثقافة والترفيه 31.5%، وقد

على الرغم من أن العولمة تعتبر واحدة من أهم أدوات الرأسمالية والهيمنة الاقتصادية، فإن شركات ومؤسسات عديدة تحاول استثمارها في مجموعة من الالتزامات الاجتماعية والأخلاقية. وتنظم اليوم كثير من غرف التجارة الوطنية والإقليمية والاتحادات التجارية سلسلة من المؤتمرات ومدونات السلوك والأخلاقيات الاجتماعية، وتكرس وجهة نظر مفادها أن الاقتصاد العالمي الجديد بمشكلاته وآفاقه يحتاج إلى تنظيم ذاتي قائم على السلوك الاجتماعي.

في الختام، يجب أن تستوعب الشركات السعودية أن تحملها لمسؤولياتها الاجتماعية لا يعني أنها تَتَصدّق على المجتمع، ولا يعني أنها تتفضل على أفراده، فالشركات لديها مسؤوليات كبيرة، يجب أن تتحملها، وعليها أن تدرك أنها شريك في المجتمع وليست مجرد صناديق لجمع الأموال وجني الأرباح وتوزيعها على مؤسسيها أو المساهمين فيها فقط.

وعلى أساس ما توصّلت إليه الورقة من نتائج، وعلى أساس الملاحظات أعلاه، يمكن أيضاً تلخيص أهم ما يمكن التوصية به في هذا المجال على أنه يتضمن:

ضرورة اهتمام الشركات السعودية بالمسئولية الاجتماعية بالمعنى الشمولي الذي يمتد إلى الاستثمار في المجتمع وأفراده؛

ووضع رؤية مشتركة للمسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية مع التأكيد على الالتزام بها؛

ودعم إنشاء مجتمع مدني أبعد في أفقه من المنظمات التطوعية والخيرية التي تعتمد على التبرعات والمساعدات المالية فقط والتي تخلق نوع من الثقافة الاتكالية؛

وبذل الحكومة جهودا حثيه ومترابطة لتعزيز ربط مفهوم العمل الخيري بالتنمية المستدامة وإضفاء الطابع المؤسسي على نشاطات المسئولية الاجتماعية؛

واعتماد المناقصات والمشتريات الحكومية كوسيلة لتشجيع الشركات التي تساهم بفعالية في المسئولية الاجتماعية؛

وبث الوعي العام عبر المؤتمرات والندوات ووسائل الإعلام وورش العمل بشأن المسائل المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية بما في ذلك تشجيع مختلف القطاعات الحكومية على المشاركة الفعالة؛

وتشجيع الاستثمار الأجنبي على التقيد بالمعايير العالمية في مجالات البيئة والصحة والسلامة ونقل المعرفة وتبادل الخبرات مع الشركات السعودية المناظرة لها؛

وحث الشركات على تبني استراتيجيات وسياسات محددة للمسؤولية الاجتماعية؛

وإجراء المزيد من الدراسات والبحوث في مجال المسؤولية الاجتماعية.

المراجـــــع

المراجع العربية:

- الأسرج، حسين عبد المطلب، **المسئولية الاجتماعية للشركات ودورها في مساندة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مصر**، جامعة الزقازيق،2005.

- البكري، ثامر، والديوه جي، أبي سعيد، **إدراك المديرين لمفهوم المسئولية الاجتماعية**، المجلة العربية للإدارة، المجلد (21)، العدد (1)، ص 89- 111. 2001.

- بومطيع، خالد جاسم، حلقة نقاشية بعنوان:" **دور القيادات الإدارية في المؤسسات لتفعيل المسئولية الاجتماعية**"، غرفة تجارة وصناعة البحرين، أكتوبر 2008.

- الغالبي، طاهر ، والعامري صالح، **المسئولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات : دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية**، 2002، منشور في وقائع المنظمة العربية للتنمية الإدارية.

- مكتب العمل الدولي :المبادرة المركزية بشأن المسئولية الاجتماعية للشركات، اللجنة الفرعية المعنية بالمنشآت متعددة الجنسية، مجلس الإدارة، الدورة 295 ، آذار (مارس) 2006 ، الوثيقة 1.

المراجع الأجنبية:

- Drucker, Peter F. **"An Introductory view of Management"** Harper's College Press, U.S.A., 1977.

- Holmes, Sundra I, **"Corporate Social; Performance and Present Areas of Commitment**". Academy of Management Journal. Vol. 20, 1985.

- http://ar.wikipedia.org

- http://www.guardian.co.uk/politics/2005/jan/31/uk.internationalaidanddevelopmemt.

- http://www.wbcsd.org/templates/TemplateWBCSD5/layout.asp?MenuID=1.

- Sharma A & Balvir Talwar: **Corporate social responsibility: modern vis-à-vis Vedic approach. Measuring Business Excellence**, Vol. 9, No. 1. (January 2005), pp. 35-45.

- Yach D, Brinchmann S, Bellet S. **Healthy investments and investing in health**. Journal of Business Ethics, 2001, 33(3):191–198.